



Besöksrekord för Sala Silvergruva

Året har börjat mycket bra för Sala Silvergruva AB. Till och med juli har antalet betalande besökare ökat med 28 % jämfört med förra året. Januari-juli har de varit 20.600 betalande besökare (16.000 förra året) och över 40.000 besökare på området. I betalande besökare ingår antalet personer på guidade turer i gruvan, höghöjdsbanan och logigäster. Utöver detta har ungefär lika många personer besökt Gruvmuseet, Polismuseet, ätit i restaurangen och besökt sommarpubarna, konfererat utan aktiviteter och besökt hantverkare på området.

Juli blev bästa besöksmånaden i Sala Silvergruvas historia med 10.600 betalande besökare och ca 20.000 besökare på området. Det är en ökning med ca 24 % jämfört med 2010. Juli månad står mao för lika många besökare som de första sex månaderna tillsammans.

- Vilken fantastisk sommar. Äntligen får personalen lite positiva signaler för allt hårt arbete de lägger ner, säger VD Johan Björkman.
- För första gången i företagets historia håller vi den tuffa budget som är lagd, vilket vi också skall glädjas över, fortsätter han.

De guidade turerna i gruvan är de som ökar mest, ca 30 % jämfört med 2010, därefter kommer Gruvsviten med en 20 % uppgång.

-Det är också dessa upplevelser som gör Sala Silvergruva unik och tjänar som våra största dragplåster, menar Johan Björkman.

Sommarens sju musikpubar med lokala band från Salatrakten har också varit en stor succé. Tradgården utanför Werdshuset har varit fullt med folk varenda fredag och framförallt har många Salabor besökt pubarna. Pubbesökarna är inte inräknade i betalande besökare.

Vad är då förklaringen till dessa framgångar? Många faktorer spelar in. Flera års hårt arbete har till slut gett resultat. Sala Silvergruva har under flera års tid arbetat strategiskt med PR för att få uppmärksamhet i media och resultatet är mycket gott. Hittills i år har gruvan omtalats positivt i ca 60 artiklar i internationella och svenska medier. Även flera internationella och nationella TV team har varit på besök. PR värdet uppskattas till över 1 mkr.

Några exempel är: History Channel, Belgisk television RTL TVI, Injam production (Franskt produktionsbolag), Wall Street Journal, Hospitality Style (amerikanskt inredningsmagasin), SVT's reseprogram "Resebyrån", Expressen, SVD samt en japansk TV show som sänds senare i höst.





- Eftersom vår marknadsföringsbudget är mycket blygsam så har vi arbetat hårt med att hitta samarbetspartners och researrangörer som säljer vårt utbud mot provision. Det börjar nu ge resultat och framförallt de internationella återförsäljarna har ökat betydligt, säger Sofie Andersson, marknads- och försäljningsansvarig.

Den allmänna konjunkturuppgången har troligtvis också bidragit till besöksökningen. Juli har dessutom varit extra gynnsamt för Sala Silvergruva utifrån väderperspektivet. Antalet besökare ökar när vädret är lite sämre. Molniga dagar är det som drar flest besökare trots att gruvans aktiviteter borde passa bäst när det regnar eller är soligt då de erbjuder garanterat regnfria och svala aktiviteter.

Även prognosen för hösten ser bra ut. Spökpaket på höstlovet, julbord samt luciakonserterna börjar redan bokas på.

Kontaktperson för ytterligare information;

Johan Björkman, VD, tel. 0224-677 255, johan.bjorkman@salasilvergruva.se



Sala Silvergruva AB (publ)
Dr. Christinas väg 733 36 SALA
Tfn. 0224-67 72 50 •
info@salasilvergruva.se • www.salasilvergruva.se

